

DOMAĆI KREATIVCI O BALANSU NA DOMAĆOJ SCENI: SAČUVATI UMJETNIČKU VIZIJU ILI BRINUTI O ZARADI?

PIŠE: **David Martinović**

26/11/2025

Industrija zabave u Hrvatskoj operira na stalnoj napetosti između čistog entuzijazma i komercijalnih zahtjeva. U svijetu gdje cjelokupno iskustvo, a ne samo glazba, definira uspjeh, postavlja se pitanje tko su doista ključni kreativni profesionalci i kako se uopće preživljava na malom tržištu.

Pravi sugovornici za pitanja financijske održivosti, održavanja autentičnosti i utjecaja tehnologije su **Tena Šarčević**, novinarka pokretačica platforme Rejvitalizacija i predsjednica udruge RatCat, te **Vedran Meniga**, pokretač nezavisne scene, organizator glazbenih festivala te osnivač kokektiva Pozitivan ritam i etikete PDV Records.

Tko stvara iskustvo?

Pri definiranju ključnih kreativnih profesionalaca, Vedran Meniga naglašava hijerarhiju koja proizlazi iz financijske odgovornosti. On priznaje da svi oni, od *light designera* do *stage managera*, imaju svoju svetu poziciju u začaranom krugu realizacije događanja.

„Ali ipak, i pogotovo u našem okolnostima, mislim da glavnu ulogu imaju organizatori i promotori, tj. oni koji ujedno snose i financijsku odgovornost, i koji na kraju plaćaju račune. Uz dakako, dužno poštovanje svima nužnima za realizaciju. A najviše radnih sati vjerojatno potroši PR”, veli Meniga.



Vedran Meniga, FOTO: Patricija Rasi

S druge strane, Tena Šarčević naglašava kako je danas ključno cjelokupno iskustvo, u koje je uključena i sama publika. Ona smatra da je industrija odavno prestala biti samo binarna relacija izvođač–publika. Danas je više no ikad važnije cjelokupno iskustvo, a ne 'samo' glazba ili neka druga umjetnost.

„Važni su svi koji sudjeluju u stvaranju tog iskustva: VJ-i, *light designeri*, scenografi, *stage manageri*, *art directori*, ali i fotografi, videografi, oni koji brinu za društvene mreže i promociju nekog događanja, pa i drugo osoblje poput konobara ili zaštitara. Kod nas je na alternativnoj sceni često da jedna ili nekolicina osoba igraju više tih uloga odjednom. Rekla bih da i publika danas nosi dio te kreative jer – osim što sudjeluju u stvaranju atmosfere – posjetitelji često sukreiraju prezentaciju nekog događanja na vlastitim društvenim mrežama”, navodi Tena Šarčević.

Borba za integritet i cijena uspjeha

Definicija kreativnog uspjeha kreće se od financijske dobiti do umjetničkog priznanja. Meniga ističe da se u njegovom slučaju uvijek se radilo o iskrenoj želji, za postizanje određenih ciljeva, nakon pokretanja različitih misija. Materijalna strana je, kaže, više-manje uvijek bila osviještena, ali i sporedna u prvom trenutku.

„Netko u sve ovo ulazi motiviran i financijskom stranom priče, dok si netko drugi možda želi gladiti ego natjecateljskim pristupom, priželjkujući nekakve nagrade, ili postići prepoznatljivost u javnom životu. Kreativni uspjeh, po nama, je i ostavljanje materijalnih dokaza na područjima domaće i regionalne nezavisne glazbene scene, kao što već 12 godina radimo kroz izdavačku etiketu PDV, objavljujući gramofonske ploče, CD-e i kasete, kao i tiskana izdanja”, naglašava Meniga.



Tena Šarčević, privatni arhiv

Šarčević pak naglašava vrijednost trajnosti i kontinuiteta u hiperproduktivnom okruženju. Ocjenjuje da su financijska dobit, umjetničko priznanje i utjecaj na trendove indikatori uspjeha, ali ističe i druge faktore.

“Preživjeti od vlastitog kreativnog rada bez velikih kompromisa je uspjeh sam po sebi, kod nas nerijetko čak i privilegija. Rezoniranje rada sa zajednicom i vremenom je također znak da stvari idu u dobrom smjeru, a kad neki rad pomakne trend ili inspirira nove prakse stavlja sve na još višu razinu.. Svatko danas može imati neki moment slave, viralnosti, no izdržati duže vrijeme u okruženju koje konstantno traži nešto novo, a financijski nerijetko nije previše motivirajuće, je, po meni, možda najveća umjetnost”, govori Šarčević.

Održavanje umjetničkog integriteta u industriji vođenoj komercijalnim zahtjevima zahtijeva stalnu predanost i pokrivanje više područja. Bez potrebe za kukanjem, Meniga ističe da je to svakako zahtjevno. Pritom ne bježi od činjenice da je ponekad potrebno odraditi i poslove koji nisu primarna sfera interesa, ali omogućavaju potrebni *cash flow* i pomažu održati željeni umjetnički integritet u glavnini djelovanja.

Komercijalni pritisci su neizbježni, smatra Tena, uz naglasak da treba pronaći balans: „Mislim da je ključ u tome da ne treba dopustiti da pritisci oblikuju tvoj glas, već tvoj glas treba pronaći način postojanja unutar tog sistema. Integritet ne znači odbaciti tržište, nego mu pristupiti svjesno i uzeti od njega ono što ti treba... Tako da mislim da uvijek postoji prostor za ‘prodaju’ vlastite priče bez prodaje svojeg integriteta.”

Od entuzijazma do profesionalizacije

Problem adekvatnog plaćanja kreativnog rada i dalje je dominantan, posebno na nezavisnoj sceni. Tena Šarčević pritom upozorava na štetnu kulturu entuzijazma.



Tena Šarčević, privatni arhiv

“I dalje često čujemo onu ‘radim to iz ljubavi’. Kreativni rad se često romantizira, a malo kompenzira. Mislim da profesionalizacija takvog rada nije izdaja ideala, nego njihova zaštita. Problem je u tome što, da bi kreativac uopće naplatio svoj rad, danas mora imati cijeli set menadžerskih, ekonomskih i promotivnih vještina. U današnjem sustavu kreativac mora znati govoriti jezikom institucija ako želi da njegov rad preživi.”

Vedran Meniga, pak, vidi razliku između rada na velikim inozemnim projektima i onima na domaćoj nezavisnoj sceni: “U prvom primjeru angažirani su nerijetko dobro plaćeni, u drugom često još uvijek dobar dio uključuje i entuzijizam. Ali kako je i nezavisna scena često uključena i u realizaciju komercijalnih projekata, isto se logično i posljedično profesionalizira, uči i napreduje kroz razmjenu iskustava.”

Što se tiče autentičnosti, Meniga misli da je znak dobro obavljenog posla kad se počnu pojavljivati copycatovi, odnosno kad se u novim projektima preslikavaju neke, dotad već postavljene metode i rješenja. Iako Meniga primjećuje da je domaće tržište malo i često zahtijeva sufinanciranje, Šarčević optimistično navodi: “U tom smislu, domaća scena jest otvorena za nekonvencionalne pristupe, ali više odozdo prema gore nego sustavno... Mislim da bi sustav trebao biti osjetljiviji na te mikroinicijative jer upravo one proizvode inovacije, testiraju nove formate i održavaju scenu živom između službenih i velikih programa.”

Umjetna inteligencija: Prijetnja ili nova pismenost?

Za kraj, sugovornici su se dotaknuli umjetne inteligencije, koja već mijenja ulogu kreativnih profesionalaca. Meniga je oprezan, videći AI kao prijetnju radnim mjestima.

“Nemoguće je prognozirati stvari, osim što sumnjam da se ovako rapidan razvoj tehnologije neće nastaviti. Vjerujem da će neke od najtraženijih osoba u poslu uključivati one koji će davati upute, i govoriti AI-u što da radi. I da će to posljedično dovesti do ukidanja velikog broja radnih mjesta. Ne znam kako se to može nadoknaditi, s obzirom da će glavnina ostvarene dobiti ići korporacijama.

Idealno bi bilo da se tehnologija prilagođava potrebama i koristi za dobrobit društva, ali s obzirom na trenutno stanje, realno je pribojavati se da je AI i prijetnja”, ocjenjuje Meniga.



Vedran Meniga, FOTO: Patricija Rasi

Tena, pak, nudi stav pomirenja i optimizma, naglašavajući da čovjek ostaje nezaobilazan: “Mislim da AI nije kraj kreativnosti, već početak neke nove pismenosti. Kako je rekao jedan moj kolega novinar: bojat ću se AI-ja tek kada sam bude mogao praviti čvarke. Tehnologija transformira ono što vidimo, čujemo i komuniciramo, ali najvažnija je iza svega i dalje ljudska ideja.”

Iako je hrvatska industrija zabave daleko od financijske stabilnosti koju uživaju inozemni brendovi, priče Vedrana Menige i Tene Šarčević jasno pokazuju da opstanak scene leži u složenoj ravnoteži. Budućnost nije samo u tehnologiji ili korporativnom novcu, već u zaštiti mikroinicijativa koje stvaraju inovacije i drže scenu živom. U konačnici, da bi se sačuvala ludost, hrabrost i autentičnost kreativnog impulsa, on mora biti uokviren ekonomskom infrastrukturom. Budućnost hrvatske kreativne industrije stoga ovisi o sposobnosti aktera da integriraju iskrenu misiju s ekonomskom pismenošću te da iskoriste nove alate bez žrtvovanja suštinske ljudske vizije.

Ostale tekstove iz serijala **Backstage industrije zabave** pročitajte [ovdje](#).

26/11/2025

DAVID MARTINOVIĆ



[Postavke privatnosti i kolačića](#)

Upravlja Google. Usklađeno s IAB-ovim TCF-om. ID CMP-a: 300
